

**POTENSI INDUSTRI KERIPIK PISANG
DI KELURAHAN SEGALAMIDER
KECAMATAN TANJUNG KARANG BARAT
KOTA BANDAR LAMPUNG**

M. Aras Predita, AF
mill_080688@yahoo.com

Sri Rahayu Budiani
srbudiani@yahoo.com

Abstract

Along with development in various industries, a company should develop productivity, efficiency and competitiveness to compete in local, regional and national market. The objective of this research was to identify production factors such as capital, family, and waged labor cost that most influencing net income of banana chip enterprise, strategic of enterprise, and marketing area of banana chip industry. It used observation, structured and in-depth interview. Data was taken from 34 business persons in banana chip industry. Data was analyzed with descriptive analysis using Frequency table, Crosstab and Multiple Linear Analysis.

The result indicated that production factor that most influencing net income of business person in banana chip industry is capital. Factor that will be developed by business persons is innovation in shape, taste and packet. Market banana chip product to Jakarta. Open branch in Lampung. More marketing area of banana chip product for is Jakarta.

Keywords: Banana Chip Industry, Income, Enterprise.

Abstrak

Seiring perkembangan berbagai industri, suatu industri dituntut dapat mengembangkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing untuk berkompetisi dalam pasar lokal, regional, maupun nasional. Tujuan penelitian ini mengetahui faktor-faktor produksi modal, biaya tenaga kerja keluarga, dan upahan yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih pengusaha, strategi pengusaha industri industri keripik pisang, dan wilayah pemasaran produk industri keripik pisang. Metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara terstruktur, dan mendalam. Pengambilan data dilakukan secara sensus sebanyak 34 pengusaha, menggunakan teknik analisis secara deskriptif menggunakan tabel *Frekuensi*, *Crosstab* dan *Analisis Linier Berganda*.

Hasil penelitian menunjukkan faktor produksi yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih pengusaha industri keripik pisang adalah modal. Faktor yang akan dikembangkan oleh para pengusaha adalah menginovasi bentuk, rasa, dan kemasan produk industri keripik pisang. Kemudian para pengusaha memiliki rencana kedepan memasarkan produk industri keripik pisang ke wilayah Jakarta. Para pengusaha memiliki rencana kedepan cabang di luar wilayah Lampung. Wilayah pemasaran terbanyak produk industri keripik pisang ke wilayah Jakarta.

Kata Kunci : Industri Keripik Pisang, Pendapatan, Pengusaha.

PENDAHULUAN

Perindustrian saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat dan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat. Seiring dengan perkembangan berbagai industri, suatu industri dituntut untuk dapat mengembangkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing untuk dapat berkompetisi dalam pasar lokal, regional, maupun nasional. Pemanfaatan bahan baku dan perencanaan kebutuhan tenaga kerja adalah salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas industri, karena kebutuhan bahan baku, jumlah tenaga kerja dan waktu kerja dapat direncanakan.

Industri adalah semua usaha yang merupakan satu unit produksi yang membuat satu barang atau bahan untuk masyarakat di suatu tempat tertentu (Bintarto, 1977). Jika industri keripik pisang adalah suatu usaha yang memproduksi suatu barang yang dinamakan keripik pisang.

Keberhasilan suatu industri ditentukan oleh dua faktor utama yaitu bagaimana industri dapat memenuhi keinginan dari konsumen dan bagaimana industri memanfaatkan potensi atau sumber daya yang dimiliki dengan baik untuk memenuhi keinginan konsumen. Agar dapat menyesuaikan tingkat kebutuhan kapasitas untuk memenuhi permintaan, maka perlu dilakukan perencanaan produksi dan merencanakan kapasitas sumber daya yang dibutuhkan. Perencanaan ini dilakukan untuk melakukan antisipasi terhadap perubahan-perubahan pada periode mendatang.

Adanya perencanaan yang baik, diharapkan pemanfaatan sumber daya dapat dioptimalkan. Demikian halnya agar produksi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan optimal sehingga dituntut untuk dapat melakukan

perencanaan produksi dalam sistem produksinya. Hal tersebut bertujuan agar dalam melakukan proses produksi, dapat sesuai dengan jumlah dan produksi yang telah direncanakan.

Perencanaan produksi sebagai suatu perencanaan taktis adalah bertujuan memberikan keputusan yang optimum berdasarkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan dalam memenuhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Yang dimaksud dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan adalah kapasitas mesin, tenaga kerja yang dimiliki, dan lainnya (Gaspersz, 1998).

Industri juga perlu dikembangkan. Pengembangan industri merupakan suatu aktivitas industri dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas dari industri itu sendiri. Suatu industri dapat berkembang dengan baik apabila terdapat faktor produksi yaitu bahan baku, modal, tenaga kerja, sumber tenaga, transportasi, dan, pemasaran. Dari kelima faktor tersebut dapat mempengaruhi pengembangan industri (Renner, 1957). Kemudian menurut Bale (1981) faktor produksi suatu industri adalah modal, lahan, tenaga kerja, kemampuan usaha, pemasaran, dan transportasi.

Sasaran dalam pengembangan industri yang dilakukan oleh pengusaha industri yaitu produk yang merupakan hasil dari aktivitas industri dan wilayah pemasaran produk industri. Sasaran yang dipilih pengusaha tersebut merupakan sasaran yang paling efektif untuk pengembangan industri. Sehingga para pengusaha industri banyak yang memiliki sasaran pengembangan industri bertuju pada produk industri dan wilayah pemasaran.

Wilayah penelitian untuk industri keripik pisang adalah Bandar Lampung. Hal ini dilakukan karena Bandar Lampung

dikenal sebagai salah satu daerah industri keripik pisang dan produk industri keripik pisang telah menjadi produk industri unggulan Kota Bandar Lampung. Berdasarkan latar belakang maksud dan tujuan penelitian ini, yaitu :

- Mengetahui faktor-faktor produksi modal, biaya tenaga kerja keluarga, dan biaya tenaga kerja upahan yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih pengusaha industri keripik pisang.
- Mengetahui strategi pengusaha industri dalam pengembangan industri keripik pisang .
- Mengetahui wilayah pemasaran produk industri keripik pisang dalam pengembangan potensi industri keripik pisang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara terstruktur, dan wawancara mendalam. Pengambilan data dilakukan secara sensus menggunakan kuisioner sebanyak 34 pengusaha industri keripik pisang, dengan menggunakan teknik analisis secara deskriptif menggunakan tabel *Frekuensi*, *Crosstab* dan *Analisis Linier Berganda*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang, dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi. Faktor produksi yang mempengaruhi pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang meliputi modal, tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja upahan. Modal dalam penelitian ini yaitu modal tetap & modal tidak tetap yang dimiliki pengusaha industri keripik pisang. Sedangkan tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja upahan yaitu biaya tenaga

kerja keluarga perbulan dan biaya tenaga kerja upahan perbulan yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui tingkat hubungan atau pengaruh dari variabel pengaruh yang berupa modal, tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja upahan terhadap variabel terpengaruh yang berupa pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1965923.421	3118203.677		.031	.026
Modal	1.031	.048	.046	.016	.037
Tenaga Kerja Keluarga	.034	.041	.015	.041	.045
Tenaga Kerja Upahan	.044	.047	.040	.024	.041

a. Dependent Variable : Pendapatan Bersih Perbulan

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel coefficients, dapat diketahui konstanta sebesar 1965923.421 menunjukkan jika tidak ada biaya tenaga kerja keluarga & biaya tenaga kerja upahan yang harus dikeluarkan oleh pengusaha industri keripik pisang. Pendapatan bersih adalah Rp 1965923.421 rupiah. Kemudian pada nilai B yang merupakan koefisien regresi yang belum dibakukan sehingga belum menunjukkan

seberapa besar pengaruh faktor produksi terhadap pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang. Untuk mengetahui faktor produksi yang paling berpengaruh terhadap industri keripik pisang, maka koefisien regresi menggunakan nilai Beta. Nilai Beta merupakan nilai B yang telah baku.

Berdasarkan persamaan di atas, dapat diperoleh besarnya pengaruh faktor produksi terhadap pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang, sehingga dapat dinyatakan bahwa kenaikan modal sebesar 1 rupiah dapat menyebabkan kenaikan pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang sebesar 0.037 rupiah.

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis regresi di atas bahwa faktor produksi yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang adalah modal. Dari variabel pengaruh nilai B dalam kolom Coeffisients (terlampir) yang terbesar dimiliki oleh faktor modal yang merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih perbulan yang dihasilkan oleh pengusaha industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dikarenakan semakin besar modal yang dimiliki oleh pengusaha, maka pengusaha tersebut dapat memproduksi keripik pisang dalam jumlah yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan pendapatan bersih pengusaha industri keripik pisang dari hasil penjualan produk industri keripik pisang tersebut.

Prospek masa depan industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider ini sangat perlu diketahui oleh para pengusaha untuk pengembangan potensi industri keripik pisang tersebut. Untuk

melakukan pengembangan tersebut para pengusaha memiliki strategi perencanaan industri dalam pengembangannya, yaitu :

- Faktor yang akan dikembangkan dalam industri keripik pisang
- Rencana wilayah pemasaran industri keripik pisang yang diinginkan
- Rencana kedepan pengembangan industri keripik pisang

Dari ketiga strategi tersebut dapat diketahui mengenai prospek masa depan industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider tersebut.

Faktor yang akan dikembangkan dalam industri keripik pisang yang dilakukan oleh para pengusaha dalam propek masa depan industrinya, dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 Faktor yang Akan Dikembangkan

Faktor yang Akan Dikembangkan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Memperbaiki kualitas proses pembuatan produk	3	8.8
Wilayah pemasaran	10	29.4
Menginovasi bentuk, rasa, dan kemasan produk	21	61.8
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012

Dalam tabel 1 dapat dilihat bahwa rata-rata para pengusaha banyak yang melakukan pengembangan industri keripik pisang yaitu dengan cara menginovasi bentuk, rasa, dan kemasan dari produk industri keripik pisang itu sendiri dengan frekuensi 21 orang pengusaha dengan persentase 61.8%. Menginovasi bentuk dari produk industri keripik pisang dapat

menjadi daya tarik tersendiri karena dengan melihat bentuk dari produk industri keripik pisang yang telah diinovasi berbentuk bintang dan segitiga misalnya, maka tentunya konsumen menjadi tertarik untuk membelinya karena memiliki bentuk yang berbeda dari biasanya. Selain itu rasa juga dapat menjadi daya tarik untuk pengembangan industri keripik pisang. Keripik pisang yang diinovasi dengan rasa baru, misalnya keripik pisang dengan rasa kopi, tentunya konsumen menjadi penasaran seperti apa keripik pisang dengan rasa kopi sehingga membeli keripik pisang tersebut. Dan kemasan juga dapat menjadi daya tarik untuk pengembangan industri keripik pisang, jika produk keripik pisang dikemas dalam kemasan yang unik tentunya juga dapat menjadi daya tarik bagi para konsumen untuk membeli produk industri keripik pisang tersebut.

Para pengusaha dalam mengembangkan industri keripik pisang melalui wilayah pemasaran berfrekuensi 10 orang pengusaha dengan persentase 29.4%. Wilayah pemasaran merupakan cara pengusaha dalam pengembangan industri keripik pisang dikarenakan konsumen ada yang berasal dari luar wilayah tempat industri keripik pisang ini berada yaitu di Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung. Sehingga bagi konsumen yang berada di luar wilayah tempat industri keripik pisang ini berada, maka dapat diadakan tempat pemasaran atau toko produk industri keripik pisang ini. Sehingga dapat berkembang industri keripik pisang ini melalui wilayah pemasaran yang dituju oleh pengusaha.

Memperbaiki kualitas proses pembuatan produk yang merupakan suatu cara yang dilakukan oleh para pengusaha dalam pengembangan industri keripik pisang hanya berfrekuensi 3 orang pengusaha dengan persentase 8.8%. Hal tersebut dikarenakan banyak para

pengusaha lebih memilih menginovasi rasa, bentuk, dan kemasan produk industri keripik pisang dan juga wilayah pemasaran yang dituju untuk pengembangan industrinya. Hanya saja bagi para pengusaha pemula yang memilih mengembangkan dengan cara memperbaiki kualitas proses pembuatan produk industri keripik pisang sangat penting, agar mendapatkan banyak konsumen.

Pengusaha juga memiliki keinginan mengenai rencana wilayah tujuan pemasaran produk industri keripik pisang untuk prospek masa depan industri keripik pisangnya, dapat dilihat pada tabel 2 dan gambar 1.

Tabel 2 Rencana Wilayah Pemasaran Produk Keripik Pisang yang Diinginkan Kedepannya

Rencana Wilayah Pemasaran	Frekuensi (Orang/Pengusaha)	Persentase (%)
Bekasi	1	2.9
Klaten	1	2.9
Jakarta	18	53.1
Palembang	8	23.6
Yogyakarta	2	5.9
Padang	1	2.9
Kalimantan	1	2.9

Bandung	1	2.9
Aceh	1	2.9
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012



Gambar 1 Peta Rencana Pemasaran

Dalam tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata banyak para pengusaha menginginkan wilayah pemasaran produk keripik pisang ke wilayah Jakarta dengan frekuensi 18 orang pengusaha dan persentase 53.1%. Kemudian pengusaha menginginkan pemasaran ke wilayah Palembang berfrekuensi 8 orang pengusaha dengan persentase 23.6%. Hal tersebut dikarenakan dekat dengan tempat industri keripik pisang sehingga untuk biaya transportasi lebih murah, selain itu konsumen juga banyak dari wilayah tersebut. Dan untuk pemasaran ke wilayah Yogyakarta frekuensinya hanya 2 orang pengusaha dengan persentase 5.9%. Sedangkan untuk pemasaran ke wilayah Bekasi, Klaten, Padang, Kalimantan, Bandung, dan Aceh masing-masing hanya 1 orang pengusaha dengan persentase 2.9%. Hal tersebut dikarenakan wilayahnya jauh dengan tempat industri keripik pisang sehingga untuk biaya transportasi menjadi mahal dan

menyebabkan sedikit para pengusaha yang menginginkan pemasaran ke wilayah tersebut.

Selain memiliki cara dalam prospek masa depan industri keripik pisang, para pengusaha juga memiliki rencana dalam pengembangan industri keripik pisang yang dimilikinya dan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Rencana Kedepan Pengembangan Industri Keripik Pisang

Rencana Pengembangan Industri Keripik Pisang Kedepan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Membuka cabang di sekitar wilayah Lampung	14	41.2
Membuka cabang di luar wilayah Lampung	19	55.9
Memasarkan nasional	1	2.9
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012

Dalam tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata banyak para pengusaha industri keripik pisang yang memiliki rencana membuka cabang di luar wilayah Lampung yaitu sebanyak 19 orang pengusaha dengan persentase 55.9%. Kemudian pengusaha yang memiliki rencana membuka cabang di sekitar wilayah Lampung berfrekuensi 14 orang pengusaha dengan persentase 41.2%. Dan pengusaha yang memiliki rencana mengenai pengembangan industri keripik pisang dengan memasarkan secara nasional hanya 1 orang pengusaha dengan persentase 2.9%. Dari data dalam tabel 5.30 tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata rencana pengusaha dalam

mengembangkan industri keripik pisangya yaitu menginginkan membuka cabang di sekitar wilayah Lampung dan di luar wilayah Lampung.

Pemasaran dapat mempengaruhi dalam pengembangan potensi industri. Dari segi wilayah pemasaran dapat secara lokal, regional, nasional. Jika pemasaran hanya secara lokal berarti industri tersebut belum terbilang berkembang dan masih dalam tahap merintis, akan tetapi jika pemasaran sudah secara regional, nasional, berarti industri tersebut dapat dibilang telah mengalami perkembangan. Karena telah memiliki konsumen diluar wilayah asal industri. Dalam industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider ini semua pengusaha memasarkan produknya secara nasional, sehingga dapat dibilang berkembang. Akan tetapi tidak semua produk industri keripik pisang tersebut dipasarkan di setiap wilayah di Indonesia, dapat dilihat dalam tabel 4 dan gambar 2, dan produk industri keripik pisang tersebut tidak semua diminati oleh konsumen, hanya beberapa produk saja yang diminati, diantaranya dapat dilihat dalam tabel 5. Selain itu untuk pengembangan potensi industri keripik pisang terdapat pula prospek pemasaran produk keripik pisang yang paling baik diminati oleh para konsumen dan dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 4 Wilayah Pemasaran

Wilayah Pemasaran	Frekuensi (Orang/Pe ngusaha)	Persentase (%)
Jakarta	8	23.5
Palembang	6	17.7
Bandung	6	17.7
Padang	5	14.7

Yogyakarta	2	5.9
Batam	1	2.9
Bekasi	1	2.9
Kalimantan	3	8.9
Semarang	1	2.9
Jambi	1	2.9
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012



Gambar 2 Peta Pemasaran

Dalam tabel 4 dapat dilihat bahwa wilayah pemasaran produk industri keripik pisang banyak dipasarkan oleh pengusaha di wilayah Jakarta dengan frekuensi 8 orang pengusaha dan persentase 2.5%. Hal tersebut dikarenakan Jakarta merupakan wilayah terdekat dengan pusat industri keripik pisang yakni Bandar Lampung selain itu aksesnya pula cukup mudah, sehingga untuk memasarkan produk tidak mengeluarkan biaya transportasi yang terlalu besar.

Tabel 5 Jenis Produk yang Paling Laku

Jenis Produk yang Paling Laku	Frekuensi (Orang/Pe ngusaha)	Persentase (%)
-------------------------------	------------------------------	----------------

Cokelat	24	70.6
Keju	10	29.4
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012

Dalam tabel 5 dapat dilihat bahwa produk keripik pisang yang paling banyak laku terjual menurut 24 orang pengusaha yaitu keripik pisang cokelat dengan persentase 70.6%. Hal tersebut dikarenakan produk keripik pisang dengan rasa cokelat merupakan inovasi produk yang pertama kali dibuat oleh pengusaha keripik pisang karena sebelumnya keripik pisang sejak zaman dahulu hanya memiliki rasa yaitu tawar, manis, dan asin. Sehingga produk keripik pisang dengan rasa cokelat banyak diminati oleh para konsumen karena memang rasanya cocok antara perpaduan rasa pisang dengan cokelat. Selain itu produk keripik pisang dengan rasa keju menurut para pengusaha banyak diminati pula dengan frekuensi 10 orang pengusaha dan persentase 29.4%. Akan tetapi tetap produk keripik pisang dengan rasa cokelat yang paling banyak diminati oleh para konsumen.

Tabel 6 Prospek Pemasaran Produk Keipik Pisang

Prospek Pemasaran Produk Keipik Pisang	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Cokelat	23	67.7
Keju	10	29.4
Strawberry	1	2.9
Total	34	100

Sumber : Data Primer 2012

Prospek pemasaran produk keripik pisang pada industri keripik pisang di

Kelurahan Segalamider ini terdapat 3 rasa yaitu cokelat, keju, dan strawberry. Dalam tabel 6 dapat dilihat bahwa produk keripik pisang dengan rasa cokelat tetap menjadi pilihan utama. Para pengusaha dengan frekuensi 23 orang dan persentase 67.7% menjawab bahwa produk keripik pisang dengan rasa cokelat merupakan prospek yang paling baik untuk pemasaran industri keripik pisang agar industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider tersebut dapat berkembang. Selain itu produk keripik pisang dengan rasa keju juga menjadi prospek yang paling baik dengan frekuensi 10 orang pengusaha menjawab demikian dan persentasenya 29.4%. Kemudian produk keripik pisang dengan rasa strawberry juga termasuk dalam prospek yang paling untuk pemasaran produk industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider tersebut, akan tetapi hanya seorang pengusaha yang menjawab demikian dengan persentase 2.9%. Dari ketiga produk industri keripik pisang tersebut, tetap keripik pisang dengan rasa cokelat menjadi mayoritas pilihan pengusaha yang merupakan prospek untuk pemasaran produk keripik pisang kedepannya sehingga industri keripik pisang yang dimiliki dapat berkembang dengan pesat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan di Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor produksi modal, biaya tenaga kerja keluarga, dan biaya tenaga kerja upahan, yang paling berpengaruh terhadap pendapatan bersih perbulan pengusaha industri keripik pisang adalah faktor modal. Hal tersebut diperoleh dari koefisien nilai

Beta untuk modal merupakan nilai yang tertinggi sebesar 0,046. Dengan modal yang besar tentunya dapat mempekerjakan tenaga kerja yang banyak sehingga dapat menghasilkan produk industri keripik pisang yang banyak pula. Sehingga berpengaruh terhadap pendapat bersih perbulan pengusaha industri keripik pisang.

2. Strategi yang dilakukan oleh pengusaha industri keripik pisang yang berpengaruh dalam pengembangan industri keripik pisang yaitu faktor yang akan dikembangkan dalam industri keripik pisang, rencana wilayah pemasaran industri keripik pisang kedepannya, dan rencana kedepan pengembangan industri keripik pisang.

- 2.1 Dalam penelitian industri keripik pisang di Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung ini, faktor yang akan dikembangkan oleh para pengusaha industri keripik pisang dalam industri keripik pisang yang dimiliki adalah memperbaiki kualitas proses pembuatan produk, wilayah pemasaran produk industri keripik, dan menginovasi bentuk, rasa, dan kemasan dari produk industri keripik pisang.

- 2.2 Kemudian rencana wilayah pemasaran produk industri keripik pisang kedepannya banyak para pengusaha menginginkan wilayah pemasaran produk keripik pisang ke wilayah Jakarta dengan persentase 53.1%. Hal tersebut dikarenakan konsumen untuk produk industri keripik pisang ini banyak terdapat di wilayah Jakarta. Selain itu letak wilayah pemasaran dekat pula dengan pusat industri keripik pisang yakni di Bandar Lampung. Sehingga untuk biaya transportasi tidak membutuhkan pengeluaran yang cukup besar.

- 2.3 Rencana kedepan pengembangan industri keripik pisang banyak para pengusaha industri keripik pisang yang memiliki rencana membuka cabang di luar wilayah Lampung dengan persentase 55.9%.

3. Wilayah pemasaran yang berpengaruh terhadap pengembangan potensi industri keripik pisang yaitu produk industri keripik pisang banyak dipasarkan oleh pengusaha di wilayah Jakarta dengan persentase 23.5%. Hal tersebut dikarenakan di wilayah Jakarta banyak terdapat konsumen produk industri keripik pisang, kemudian oleh pengusaha produk industri keripik pisang tersebut banyak dipasarkan di wilayah Jakarta. Selain itu pengeluaran untuk biaya transportasi tidak terlalu besar karena dekat dengan pusat industri keripik pisang yakni di Bandar Lampung. Sehingga pengusaha industri keripik pisang memperoleh pendapatan yang besar dan dari pendapatan yang besar tersebut pengusaha dapat mengembangkan industri keripik pisang yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bale, John. 1981. *The Location of Manufacturing Industri*. An Introductory Approach. Wing tai chung, Printing Co, Ltd, Hongkong
- Bintarto, R. 1977. *Suatu Pengantar Geografi Desa*. U. P. Spring : Yogyakarta
- Gaspersz, Vincent. 1998. *Production Planning and Inventory Control*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Renner, G. T. 1957. *World Economic Geography, World Economic Geography*, New York : Thomas Y. Crowell Company